

STÄDER SOM STICKER UT - STADENS VARUMÄRKE

TID: 11 feb 2010 kl 8.30 – 16.00.

PLATS: [Löfwings](#) vid Hornborgarsjön (kl 8.30-13.00) och [Kurorten Mösseberg](#) (kl 13.30-16.00)

KOSTNAD: 400:- (inkluderar morgonkaffe med fralla och lunch på Löfwings samt kaffe och tårta på Kurorten Mösseberg).

MÅLGRUPP: Politiker och tjänstemän som hanterar stadsutveckling, såsom handelsutvecklare, stadsplanerare, arkitekter, kulturchefer & kulturarbetare, samt fastighetsägare.

SPRÅK: ENGELSKA

Tack vare SSSU:s koppling till det Europeiska stadsutvecklingsprogrammet [Creative City Challenge](#) och den exklusiva närvaron av Thuur Caris (se program nedan) från Nederländerna, kommer programpunkterna vid detta tillfälle att hållas på engelska (med undantag för Atle Johansens inpass kl 14.00-14.20, som hålls på svenska).

ANMÄLAN HÄR

STADENS VARUMÄRKE

Hur kan kulturen användas för att marknadsföra kommunen?

UTSKRIFTSVERSION AV PROGRAM (pdf)

PROGRAM

Kl 8.30-9.00
SAMLING

KAFFE OCH FRALLA PÅ [LÖFWINGS ATELJÉ & KONSTCAFÉ](#)

Vi bjuder på kaffe och fralla på Löfwings Ateljé & Konstcafé, i väntan på att alla kommer. 9.00 startar programmet!

KI 9.00-9.30
INLEDNING

Jon Liinason, projektledare STÄDER SOM STICKER UT

Återblickar från SSSU-träffen i Skövde 5 nov 2009 med gemensamma reflektioner och uppföljning. Utblickar mot dagens tema i Falköping – STADENS VARUMÄRKE.

KI 9.30-10.00
DEN OBRÄNNBARA BOCKEN

Lars Lindström, personalchef PAROC Scandinavien

Hur ett antal satsningar på kreativitet skapat lyskraft inte enbart åt ett företag, utan åt en hel stad.

Lars Lindström berättar hur de lyckats marknadsföra både PAROC och Skövde genom sina satsningar på konstnärlig intervention i det dagliga arbetet i fabriker och på huvudkontoret.

Lars kommer bland annat att redogöra för resultaten från PAROCs installation av en 3 meter hög stenullsbock, som placerats centralt i Skövde. En garanterat obrännbar bock, som trots detta skapat imponerande lyskraft åt staden och dess invånare!

Lyssna på radioinslag om PAROCs satsningar på kreativitet (Radio Skaraborg P4, 12 maj 2009) [här](#).

KI 10.00-11.00
HUR MARKNADSFÖR MAN EN STAD ELLER EN HEL KOMMUN
MED HJÄLP AV KULTUR?

**[Jon Liinason](#) från TILLT, projektledare Städer Som Sticker Ut
[Sunny Side Up](#), kommunikationsbyrå**

Jon Liinason exemplifierar och kommunikationsbyrån Sunny Side Up bidrar med sina perspektiv på hur man kan kommunicera:

”Med ”sociala mediers” och den digitala verklighetens explosionsartade inträde i våra liv så står vi inför ännu fler spännande möjligheter att kommunicera. Att lyssna, vara uppmärksam och ha självkritik blir en nödvändig förutsättning för att nå ut och in. Att vara ärlig i sitt uppsåt och trovärdig i varför man är som man är och gör som man gör, blir ett krav för att få lov att vara med i leken.

Att vi går från reklam och marknadsföring till en enorm och ständig dialog har aviserats länge. Nu blir tricket att kunna delta, ge, lära och stimuleras som en värdefull konversationspartner.”

Efter detta hålls en Workshop, ledd av Sunny Side Up, i konsten att laborera fram intressanta vinklingar på hur man kan kommunicera sin närmiljös kärnvärden på helt nya sätt.

KI 11.00-11.15
FRUKT OCH BENSTRÄCKARE

KI 11.15-12.00
KREATIVITETSFORSKNING

**[Evelina Wahlqvist](#), kreativitetsforskare knuten till Handelshögskolan vid
Göteborgs Universitet**

Evelina är omvärldsanalytiker med fokus på urban kreativitet och kreativa näringar, samt föreläsare och forskare med hemvist i ekonomisk geografi, Handelshögskolan, Göteborgs Universitet.

Teman:

- Hur kultursektorn i Europa är en näring att räkna med (större än hela bilindustrin)
- Hur man kan gå från att se på kulturen som en yttlig konsumtionsvara till en nyckel för konkurrensstärkande produktion

- Hur man kan ta steget från stötvisa evenemang till ständigt närvarande invånarkreativitet
- Hur man kan använda visionsarbete för en kreativ framtid, som sträcker sig 20 år framöver
- Hur man kan arbeta med stadens kreativa varumärke: Glöm inte att förankra stadens interna identitet när man saluför den externa identiteten i sitt varumärkesbygge!

KI 12.00 – 13.00
LUNCH LÖFWINGS

KI 13.00-13.30
BILTUR OCH FOTVANDRING
TILL [Kurorten Mösseberg](#)

KI 13.30-14.00
CITTA SLOW OCH EMPLOYER BRANDING

Christina Josefsson, kommunchef Falköping
Eleonor Björnfot, personalkonsult Falköping

KI 14.00-14.20
UPPIGGANDE PERSPEKTIV PÅ DAGENS TEMA

Atle Johansen, livscoach och stå-uppare.

KI 14.20-15.30
IDENTITY BUILDING IN THE SMALL NARRATIVE, TO FIND THE

CONTENT OF YOUR BRANDING, AS EXPERIENCED BY THE INHABITANTS OF YOUR REGION.

(inklusive Kaffe & tårta, se nedan)

Thuur Caris, Nederländerna

Thuur Caris kommer att handleda oss i en workshop i det offentliga rummet på Kurorten Mösseberg.

Här kommer vi att få tillfälle att utforska skillnaderna på hur våra egna uppfattningar om vad som utgör vår regions varumärke skiljer sig från offentlighetens uppfattning.

Thuur Caris har följande bakgrund:

Co-founder and chairman at Fablab Groningen

Participant/auditor at FWO-URBEX3: Diversity and Plurality in the Urban Context

Hogeschooldocent at Hanze Hogeschool

Co Founder at Puddingfabriek

Founder and Creative Director at pavlov medialab

KI 14.50 – 15.30

KAFFE & TÅRTA

KL 15.30 – 16.00

AVSLUT

Sammanfattning, utblickar och uppgifter till nästa kunskapstillfälle 29 april 2010 i Nossebro, på tema STADENS RESURSER.

DOKUMENTATION

Deltagarnas bidrag till David Björklunds dokumentationsmall på

<http://sssu.squarespace.com/dokumentation/>